

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

# TURISMO, MEGAEVENTOS E SEUS IMPACTOS NO RIO DE JANEIRO

VINICIUS OLIVEIRA MARIANO  
Matricula nº:109093336

Orientadora: Renata Lèbre La Rovere

ABRIL 2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

# TURISMO, MEGAEVENTOS E SEUS IMPACTOS NO RIO DE JANEIRO

---

VINICIUS OLIVEIRA MARIANO  
Matricula nº:109093336

Orientadora: Renata Lèbre La Rovere

ABRIL 2019

*As opiniões expressas neste trabalho são da exclusiva responsabilidade do autor*

## **AGRADECIMENTOS**

Em especial aos meus pais, Walmir e Vera por todas as oportunidades que me proporcionaram ao longo da vida, por sempre acreditarem em mim e por me criarem em um ambiente de amor e respeito junto ao meu irmão. Hoje vejo o quanto uma família estruturada é importante para nosso desenvolvimento pessoal e mental.

Aos amigos de longa data Diogo Rocha e Diego Bottino, que não mediram esforços para me ajudar no dia da inscrição no curso. Sem vocês talvez não tivesse conseguido.

À UFRJ, por me proporcionar uma ótima formação acadêmica, contribuir na minha formação crítica quanto cidadão e me proporcionar à oportunidade de concluir o curso. Além de me presentear com amigos que levarei pra sempre comigo.

À Carol Xavier, querida companheira que sempre me estimulou a concluir o curso.

## **RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos da realização dos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro e suas implicações na economia do turismo. A relação entre a cidade e o turismo é modificada ao longo do tempo, mostrando assim as faces da relação entre o turismo e o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

A análise da economia do turismo e seus impactos é tema cada vez mais relevante no cenário carioca tendo em vista o final do ciclo de realização dos megaeventos e a crise enfrentada pelo estado e cidade. Esta análise deve considerar não só os aspectos econômicos, mas também as relações intrínsecas à atividade turística enquanto fenômeno socioespacial e de natureza complexa. No primeiro capítulo, serão apresentados o turismo enquanto fenômeno socioespacial e suas características no Rio de Janeiro. No segundo capítulo serão descritas as características dos megaeventos e seus impactos sobre a cidade. No terceiro capítulo serão analisados os dados referentes à cidade do Rio de Janeiro. A conclusão trará as considerações finais.

Palavras-chave: Turismo, Megaeventos, Rio de Janeiro.

## ABREVIATURAS, CONVENÇÕES, SÍMBOLOS E SIGLAS

ABIH RJ	<i>Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro</i>
APO	<i>Autoridade Pública Olímpica</i>
Caged	<i>Cadastro geral de Empregados e Desempregados</i>
CEPERJ	<i>Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro</i>
CIUAT	<i>Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas</i>
CNC	<i>Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo</i>
CPC	<i>Central Product Classification</i>
CST	<i>Conta Satélite de Turismo</i>
EMBRATUR	<i>Empresa Brasileira de Turismo</i>
FIPE	<i>Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas</i>
Flumitur	<i>Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro</i>
IBGE	<i>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</i>
ISIC	<i>International Standard Industrial Classification</i>
OMT	<i>Organização Mundial do Turismo</i>
ONU	<i>Organização das Nações Unidas</i>
STB	<i>Sociedade Brasileira de Turismo</i>
TCU	<i>Tribunal de Contas da União</i>
UH	<i>Unidades de hospedagem</i>
WTO	<i>World Tourism Organization</i>
WTTC	<i>World Travel &amp; Tourism Council</i>

## FIGURAS e QUADROS

Figura 1: Inserção dos Produtos Característicos do Turismo no Conjunto Total de Bens e Serviços .....	166
Figura 2: “Carte touristique de la ville de Rio de Janeiro, la capitale des États Unis de Brésil”, de 1930 .....	22
Figura 3: Mapa Turístico do Estado da Guanabara em 1965 .....	233
Figura 4: Mapa turístico do Rio de Janeiro em 1999.....	244
Figura 5: Mapa turístico do Rio de Janeiro atualmente .....	277
Figura 6: Quadro dos impactos diretos e indiretos dos megaeventos.....	344
Figura 07: Impacto da estrutura de eventos sobre os agentes locais e sua relevância econômica.....	43
Quadro 1: Projetos Municipais do Plano de Políticas Públicas dos Jogos Olímpicos....	45

## TABELAS

Tabela 1: Atividades Características do Turismo.....	17
Tabela 2: Destinos mais visitados por características de viagem, 2016 – 2017.....	25
Tabela 3: Impactos dos megaeventos visíveis e invisíveis de curto e longo prazo.....	32
Tabela 4: Taxa média de ocupação das UH por área de localização, em (%).....	39
Tabela 5: Estruturas de evento “Hard” e “Soft” .....	42

## GRÁFICOS

Gráfico 1: Chegada de turistas internacionais no Rio de Janeiro, 2006 – 2017.....	35
Gráfico 2: Taxa média de ocupação das UH, 2006 – 2016.....	37
Gráfico 3: Taxa de ocupação mensal nos anos de 2014 e 2016 com destaque para o Efeito Copa e Efeito Olimpíadas.....	38
Gráfico 4: PIB per capita do Município do Rio de Janeiro, 2010 – 2016.....	40
Gráfico 5: Investimentos por região olímpica vinculada à Matriz de Responsabilidade, em (%).....	45

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	9
CAPITULO I – O TURISMO E O RIO DE JANEIRO .....	10
I.1 Turismo do fenômeno socioespacial a análise econômica.....	10
I.2 Aspectos socioeconômicos do turismo .....	155
I.3 O Turismo no Rio de Janeiro.....	188
CAPITULO II – O RIO DE JANEIRO DOS MEGAVENTOS .....	288
II.1 O Rio de Janeiro como cidade entretenimento.....	288
II.2 A cidade dos Megaeventos.....	300
CAPÍTULO III – IMPACTOS ECONÔMICOS DOS MEGAVENTOS.....	332
III.1 Classificação .....	332
III.2 Impactos socioeconômicos .....	344
III.3 Legado .....	401
CONCLUSÃO.....	499
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	511



## INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca apresentar as características do turismo enquanto fenômeno socioespacial contemporâneo relacionando seu desenvolvimento com os impactos dos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro.

Primeiramente, buscamos definir as linhas teóricas que fundamentam nossa concepção do que é turismo. Para isso, a metodologia empregada é a revisão bibliográfica já existente sobre o tema, sabendo que não existe uma única definição, por ser uma atividade moderna e com elevado grau de complexidade por abranger diversos aspectos. Sendo assim o turismo pode adquirir variadas definições dependendo do ponto de vista em que é observado. Neste trabalho vamos considerar as características sociais, políticas, territoriais e econômicas.

Em seguida, analisaremos os impactos econômicos dos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro. Considerando toda a transformação vivida pela cidade para sediar tais eventos, pode-se notar uma mudança de paradigma na organização urbana e como o turismo consome a cidade. A mudança de um turismo contemplativo para uma nova dimensão mais ativa é característica marcante neste processo gerado pelos megaeventos.

Por fim, analisaremos os efeitos nos megaeventos na cidade, focando no aspecto econômico, mas sem desconsiderar os aspectos socioespaciais. A metodologia empregada é basicamente a revisão bibliográfica e análise de dados de oficiais.

## CAPITULO I – O TURISMO E O RIO DE JANEIRO

### I.1 Turismo do fenômeno socioespacial a análise econômica

O turismo é, em sua essência, um fenômeno socioespacial que cria experiências para o turista. Tais experiências são frutos de relações humanas em que os indivíduos se deslocam de seu local de origem, por diferentes motivos, para ocupar, temporariamente, outro local e depois regressar ao seu local de origem. No decorrer deste deslocamento temporário, ele vivencia e absorve experiências que agregam ao seu ser histórico (Panosso Netto, 2005).

Porém é um tema que requer cuidado ao ser analisado, devido a sua complexidade. É um fenômeno fruto da sociedade capitalista pós revolução industrial que surge a partir das demandas sociais modernas. Contudo, sua análise vai além do fluxo de pessoas por influenciar e ser influenciado por diferentes aspectos que se correlacionam e são transdisciplinares. Em sua análise primária, é um fenômeno que consome e produz espaços, tendo assim, inicialmente, o aspecto socioespacial como essência por ter origem no movimento de indivíduos para novos territórios, acarretando num ordenamento diferenciado, com uma lógica baseada em um complexo sistema estrutural que o compõe (Fratucci, 2000). Este sistema é aberto, por ser formado pela interação e ação entre diferentes agentes sociais que se ordenam de forma aleatória ou não, e, a partir desta interação entre os agentes, surge o turismo. Interação esta que é caracterizada como “ações recíprocas que modificam o comportamento ou a natureza dos elementos, corpos, objetos ou fenômenos que estão presentes e se influenciam” (Morim, 1987, p.53). Ainda segundo Morim, o turismo deve ser visto como um “conceito não totalitário e não hierárquico do todo, mas, ao contrário, um conceito complexo da *unitas multiplex*, aberto às politotalidades (Morim, p.264).

O turismo é uma atividade complexa que perpassa diversos aspectos de análise, como o social, político, territorial e econômico. Por ser uma atividade complexa e moderna, qualquer análise pautada em apenas um aspecto deste sistema empobrece sua compreensão e não nos permite analisar o fenômeno com uma maior abrangência, considerando toda sua transdisciplinaridade. Cada aspecto, ou meta-ponto como expõe Morim (1999b) nos leva à compreensão de um viés do turismo,

possibilitando a compreensão de parte do que ele vem a ser. Com isso, o somatório das análises de diferentes aspectos pode nos permitir uma visão mais ampla do que o turismo é, mesmo sem considerar tudo que está envolvido em cada aspecto analisado.

Tais características de complexidade são estudadas desde o início do século XX. Na Alemanha, especialmente em Berlim, foi onde surgiram os primeiros estudos sobre o tema, onde o interesse econômico foi o principal motivo. Um dos pioneiros na análise do tema foi o austríaco Hermann Von Schullern Zu que, em 1911, publicou *Turismo e Economia Nacional* (Fratucci, 2008). A Escola de Berlim, que propõe um referencial teórico sobre turismo, é criada em 1929, quando na Faculdade de Economia da Universidade de Berlim é criado o Centro de Pesquisas Turísticas. Entre diversos autores desta Escola podemos citar Wille Benschmidt, Schrwink, Bormann, dentre outros. Mesmo com conceitos limitados pela análise econômica do fenômeno, pode-se dizer que a Escola de Berlim é considerada o ponto de partida para os estudos que balizaram o referencial do que hoje é a teoria do turismo (Fratucci, 2000a).

Desde então, muito se desenvolveu no campo teórico sobre o fenômeno turístico. Contudo, ainda não existe uma abordagem teórica consistente que seja unânime para os estudiosos da área. Panosso Netto (2005, p. 27) afirma que as tentativas de abordagem teórica sobre o turismo ainda não permitem que ele seja considerado uma ciência, tendo em vista sua ausência de objeto definido e método de pesquisa, além de absorver de outras áreas do conhecimento seus conceitos elementares<sup>1</sup>. Com isso, toda análise do tema vai partir de um viés conceitual que depende do olhar de quem analisa. Apesar do entendimento de que o fenômeno turístico é transdisciplinar, poucos estudos conseguem correlacionar os diferentes aspectos que envolvem o turismo, podendo assim, contribuir para a formulação de uma teoria específica do turismo. Para C. Michael Hall (2000)

---

<sup>1</sup> Panosso Netto (2005, p.40) observa três análises que tratam da relação entre turismo e ciência, mostrando que há divergências no entendimento do tema entre estas análises. A primeira, vista como otimista, vê o turismo como ciência por considerar o volume de produções científicas; A segunda, enxerga no turismo o potencial para ser considerado ciência, apesar de ainda não ser, por considerar que falta a elaboração de bases teóricas próprias à temática; Já a terceira, acredita que o turismo nunca será ciência, por ser uma atividade humana estudada por outras áreas.

A maioria das pesquisas nos periódicos de turismo implicitamente adota uma filosofia empírica-positivista [sic], particularmente na economia, gerenciamento, marketing e psicologia; dessa forma, a construção da teoria é pobremente formulada. (HALL, 2000, apud PANOSSO NETTO, 2005, p. 32).

Considerando a importância econômica que o fenômeno turístico tem para a sociedade contemporânea, é corriqueiro que a análise baseada na metodologia empírica-positivista tenha destaque na maioria das abordagens empregadas ao tema, assim como o uso da expressão “indústria do turismo”. Porém, na visão de Panosso Netto a utilização da expressão é equivocada.

o turismo é um fenômeno e não uma indústria [como querem os defensores da sua vertente econômica]. Uma indústria pressupõe transformação de bens e nesse caso não se aplica ao turismo. A melhor forma de definir o turismo é utilizando o termo fenômeno, que significa a ação objetiva e intersubjetiva que se manifesta em si mesma, que pode ser apreendida pela consciência e que possui uma essência em si (PANOSSO NETTO, 2005, p.144).

Esta é uma definição fundamental para a compreensão do turismo como um fenômeno socioespacial. Onde ele é estabelecido a partir das relações sociais que os diferentes agentes envolvidos desenvolvem e ao mesmo tempo tem a característica espacial por sempre ocorrer em espaços e territórios onde estas relações se estabelecem.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) o turismo é tido como “atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de ano inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros” (WTO, 2007). Esta é uma visão estritamente tecnicista e tem como objetivo embasar os estudos desenvolvidos pela organização, que tem a necessidade, cada vez maior, de responder a um monitoramento nas cadeias econômicas do turismo. Apesar de ser considerada uma visão restrita do todo, ela é compreensível quando notamos a importância da atividade econômica vinculada ao turismo nos tempos atuais. Entretanto, esta visão não leva em conta todos os aspectos que são considerados importantes para uma melhor compreensão do turismo como fenômeno socioespacial. Como observado por Hall (2000):

Para o sistema de produção hegemônico atual, estruturado no modelo do capitalismo pós-fordista de linhas neoliberais, o turismo

revela-se uma ferramenta adequada para garantir a reprodução do capital e o aumento contínuo na geração de lucros financeiros. Entretanto, não é possível concordar com a leitura do turismo apenas pelo viés econômico que atende às necessidades prementes dos principais agentes sociais diretamente envolvidos (empresários, trabalhadores e governos), uma vez que essa é uma visão reducionista que deixa escapar implicações e consequências importantes para todos os envolvidos com o fenômeno turístico.

Considerando o exposto, podemos observar que há uma tendência nas análises sobre o fenômeno turístico em considerar o aspecto econômico como principal ponto de análise. Contudo, podemos dizer que o turismo, como atividade econômica, teve suas origens nos séculos XVIII e XIX, na Europa, mais especificamente na Inglaterra e França. Fruto dos desdobramentos da Revolução Industrial e do crescente processo de urbanização mundial, é considerado por muitos autores como um fenômeno reservado à sociedade contemporânea (Fratucci, 2008). É a partir deste entendimento que podemos afirmar que o ato de viajar não é, necessariamente, o ato de fazer turismo. Pois, como fenômeno socioespacial, o turismo pertence a um período histórico específico e seu propósito diverge da necessidade histórica da humanidade em se deslocar pelos territórios.

Na sociedade contemporânea, descanso e lazer não têm a mesma conotação. O tempo de descanso está relacionado ao ato de recuperação do corpo e da mente após o trabalho. Como Elias e Dunning (1992, p. 107-108) afirmam: “Tempo livre, de acordo com os atuais usos linguísticos, é todo tempo liberto das ocupações de trabalho”. Já o lazer está vinculado ao tempo livre, onde ele é considerado uma fuga para o controle emocional e social da vida contemporânea. Nesse contexto, o turismo, está vinculado ao tempo destinado ao lazer. Com isso, podemos dizer que a Revolução Industrial e seus desdobramentos trouxeram uma mudança relevante na relação entre o tempo de trabalho e o tempo livre. Como observado por Thompson(2005, p.272) : “Aqueles que são contratados experienciam uma distinção entre o tempo do empregador e o seu “próprio” tempo. (...) O tempo agora é moeda: ninguém passa o tempo, e sim o gasta”.

Em suma, podemos dizer que o turismo teve suas origens como fenômeno socioespacial, mas sua natureza foi se modificando ao longo do tempo para uma relação de consumo. Pois o capital transformou o tempo livre em tempo de consumo, pela

mercantilização do lazer (Silva, 2012, p.24). As atividades feitas nos momentos de tempo livre passam a ser mercadorias que, para serem consumidas, precisam de dinheiro caracterizando assim a incorporação do fenômeno turístico pela lógica capitalista.

A incorporação pela lógica dominante gerou a necessidade de entender melhor como as cadeias produtivas funcionam. Com isso, houve a necessidade de se buscar formas consistentes de avaliar os impactos econômicos da cadeia turística. Há não muito tempo, as estatísticas sobre o turismo como atividade econômica eram incompletas e insuficientes, gerando assimetria de informação e privando os agentes econômicos de informações importantes para suas tomadas de decisões, sejam elas na esfera pública ou privada. Elas focavam mais o aspecto da caracterização dos visitantes e da motivação da viagem, gerando assim a necessidade de buscar um modelo que fosse consistente e referência como suporte para avaliações do impacto econômico do turismo (Rabahy, 2003).

Tendo isto em vista, a OMT vem, ao longo dos anos, desenvolvendo projetos para caracterização do impacto econômico do turismo. A definição e classificação sobre estatísticas do turismo, a consolidação da importância dessas estatísticas e sua interdependência com as Contas Nacionais fazem parte do processo de criação do que hoje é o modelo da Conta Satélite de Turismo – CST. Este modelo busca fornecer informações que contribuam para uma medida mais fidedigna do que o turismo representa na economia. Um modelo ideal de avaliação deve ter como base um sistema de informações estatísticas conexas, regulares e fornecidas por fontes confiáveis e, além disso, ser consistente com os resultados das contas nacionais. A CST se tornou um importante instrumento normatizador internacional das informações sobre o turismo, possibilitando assim, ser um modelo de comparação dos resultados internacionais. Porém, a construção da CST é bastante complexa por depender de um conjunto de informações estatísticas que em muitos locais não são colhidas e sistematizadas.

No presente estudo, vamos considerar que o turismo é diferente de outros setores por suas especificidades (Rabahy, 2003, p. 92). E para a análise dos impactos econômicos do turismo após os megaeventos no Rio de Janeiro, vamos considerar o entendimento de Lage e Milone (2001,p.51) sobre o que é produto turístico.

Produto turístico é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo. Especificamente, o produto turístico pode ser definido como um produto composto, equivalente a um amálgama formado pelos seguintes componentes: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento.

Cada componente descrito tem importância na compreensão dos impactos econômicos do turismo na cidade. E, cada um pode ser considerado um bem ou serviço complementar do outro, pois todos estão interligados e fazem parte da experiência do turista. Por conseguinte, o turista consome um produto complexo que é formado pelo conjunto destes componentes e com isso, os produtos turísticos de qualidade tendem a crescer como resultado de inovações. Iremos analisar estes componentes mais a frente.

## **I.2 Aspectos socioeconômicos do turismo**

Sabendo da complexidade da experiência turística e que esta é fruto do arranjo dos produtos turísticos, não vamos desconsiderar os impactos socioespaciais. Porém, assim como os órgãos que avaliam o turismo enquanto atividade econômica, iremos focar em alguns aspectos que já possuem dados consistentes e que representem parte significativa da economia do turismo.

Do ponto de vista econômico, o turismo é definido a partir da ótica da demanda, isto é, o resultado do consumo dos turistas. Como cada turista e local visitado tem especificidades, como os hábitos, condições socioespaciais e financeiras, o conjunto de produtos turísticos consumidos varia de acordo com o turista e o local.

Para a OMT os produtos turísticos podem ser classificados como: produtos característicos do turismo, produtos conexos ao turismo e produtos específicos do turismo (IBGE, 2012). Estas atividades são contabilizadas como parte do total de bens e serviços produzidos, como podemos observar na figura a seguir ( Figura 1).

**Figura 1: Inserção dos Produtos Característicos do Turismo no Conjunto Total de Bens e Serviços**



**Fonte: Elaboração própria, com base em IBGE, 2012.**

Para fins de análise, vamos considerar a caracterização feita pelo IBGE sobre as atividades características do turismo, ou o que chamamos de produtos turísticos.

As Atividades Características do Turismo formam um grupo bastante heterogêneo. O que torna possível agrupá-las e analisá-las é a identificação, em sua produção principal, de produtos classificados como característicos do turismo. Esses produtos são aqueles cujo consumo seria sensivelmente reduzido na ausência de turistas (IBGE, 2009).

Os produtos conexos ao turismo podem ser considerados como um subgrupo. Pois ela abrange produtos que, apesar de serem considerados específicos do turismo em alguns países, não são considerados em outros. Como exemplo, podemos citar o transporte ferroviário urbano de passageiros.

Já os produtos específicos do turismo englobam as duas outras categorias. A partir da *Central Product Classification* – CPC, feita pela Organização das Nações Unidas – ONU, a OMT classifica um grupo de 170 produtos específicos do turismo (IBGE, 2012). Todavia, no presente estudo não analisaremos esta classe de produtos, e



sim parte dos classificados como característicos do turismo. Para mensurar tais atividades a OMT criou a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas – CIUAT, que segue o modelo da *International Standard Industrial Classification- ISIC*, feito pela ONU. A compatibilidade entre os modelos é fundamental para facilitar a análise das estatísticas do turismo entre os países membros.

Dentro das atividades econômicas contidas na CIUAT, iremos destacar as atividades características do turismo, que são as responsáveis pela produção de bens e serviços definidos como característicos do turismo. Na tabela a seguir ( Tabela 1) podemos observar as divisões entre as atividades.

**Tabela 1: Atividades Características do Turismo**

<b>Classificação</b>	<b>Exemplos</b>
Serviços de Alojamento	Hotéis, hostels e outros tipos de alojamento
Serviços de Alimentação	Restaurantes, lanchonetes e quiosques
Transporte Ferroviário e Metroviário	Transporte regular em bondes, metro e teleféricos
Transporte Rodoviário	Transporte rodoviário de passageiros, regular(ônibus) e não regular (taxi e uber)
Transporte Aéreo	Transporte de passageiros regular(compañias aéreas) e não regular (taxi aéreo)
Transporte Aquaviário	Transporte de cabotagem de passageiros e transporte de passageiros de longo curso
Serviços auxiliares de operação dos transportes	Operação de terminais rodoviários e ferroviários, pedágios, estacionamentos, traslado de passageiros, guarda-volumes em terminais rodoviários
Agências de viagem	Atividades de agências e operadoras turísticas

Atividades recreativas, culturais e desportivas	música e outras atividades artísticas, museus, jardins botânicos, jardins zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas, parasail e asa delta
Aluguel de bens móveis	Aluguel de automóveis e lanchas

**Fonte: Elaboração própria, com base em IBGE, 2012.**

Com isso, podemos dizer que o turismo combina diversos tipos de serviços como hospedagem e transporte, e são, em sua maioria, ofertados por empresas micro e de pequeno porte. Além disso, depende da oferta de bens públicos como segurança e atrativos naturais (La Rovere e Punzo, 2019).

### **I.3 O Turismo no Rio de Janeiro**

Para uma cidade ser considerada turística, existem diversas variáveis que influenciam nessa caracterização. Assim como na definição do que é o turismo, o ponto de observação inicial e o que se considera para tal caracterização são de extrema importância. Com isso, para ser uma cidade turística o local depende de diferentes variáveis, de modo que cada local possui uma dinâmica própria na sua construção histórica e socioespacial, movida por fatores endógenos e exógenos (Silva, 2012).

No caso do Rio de Janeiro, pode-se dizer que ela é uma cidade com vocação turística. Seja pela sua construção histórica, desde a vinda da Corte Portuguesa, pela sua beleza física e cultural, ou pela sua atual capacidade de atração dos agentes atuantes. Contudo, não existe uma teoria que comprove este fato. A falta de estudos que se debrucem sobre essa constatação é reconhecida pelos estudiosos do tema, mas é notória a importância que o turismo vem exercendo ao longo do tempo para a cidade. Sabendo que o turismo é um fenômeno moderno e recente, não se pode afirmar que não existia turismo em outras áreas do Brasil. Contudo, é notória a posição de vanguarda do Rio de Janeiro, em detrimento de outras cidades brasileiras.

Segundo Silva (2012, p. 45) são consideradas, três teorias que englobam as análises mais relevantes sobre o turismo no Rio de Janeiro. A primeira defende que o turismo na cidade nasceu com a vinda da Corte Portuguesa. Já a segunda defende que o viés

turístico é fruto da cidade ter sido a capital por longo período. E, a terceira, considera o caráter vanguardista da cidade. Ao associar estas visões ao que ocorreu nas últimas décadas, podemos dizer que os megaeventos inauguram uma nova fase na forma como o turismo ocorre.

No Brasil, o fenômeno turístico teve suas raízes na cidade do Rio de Janeiro. Na segunda metade do século XIX, com a vinda da corte portuguesa para o Brasil, houve uma mudança no cenário sociocultural e econômico do país. Com isso, a capital fluminense passou por uma reestruturação da sua malha urbana através de diferentes ações de planejamento, em que tinham como objetivo tornar a cidade mais agradável aos olhos dos nobres portugueses que haviam se instalado na cidade (Fratucci, 2005, p.3).

De acordo com Machado (2005) o turismo no Rio de Janeiro tem início num período posterior, quando as reformas urbanísticas de Pereira Passos, realizadas a partir de 1903, dão as bases para a entrada da cidade nos roteiros internacionais devido a sua reestruturação baseando-se nos conceitos europeus de urbanização. Para muitos, esta reestruturação fez com que a cidade do Rio de Janeiro ganhasse o nome de “Paris dos Trópicos”, onde ela seria, simultaneamente, uma cidade exótica e civilizada. Situação distinta do restante do país, que continuava com baixo grau de urbanização em sua grande extensão.

Para Lage e Milione (1991, p.21) o Rio de Janeiro só se consolida como cidade turística, quando, o desenvolvimento de grandes eventos, como a Exposição de 1922, estimula a criação dos primeiros hotéis na cidade. Assim, surgiu uma infraestrutura inicial que seria a base para o desenvolvimento do turismo na cidade. Neste contexto, vale destacar a construção do Copacabana Palace, do Hotel Glória e do, já demolido, Hotel Palace. E, além deles, neste mesmo período, a liberação dos jogos e a criação de Cassinos, como o da Urca, foram mais um fator bastante relevante para o desenvolvimento do turismo na cidade do Rio de Janeiro.

Como o fenômeno turístico é influenciado e influencia diferentes variáveis, isso permite que a visão ou experiência do turista adquira formas distintas ao longo do tempo. Assim, podemos dizer que os locais turísticos seguem a mesma lógica, pois

mesmo que alguns elementos permaneçam, as paisagens e as vivências vão se modificando. Pode-se dizer que o Rio de Janeiro, como cidade com vocação turística, é o reflexo disso pelas mudanças que sofreu e vem sofrendo ao longo da história.

Para Castro (2001) os rumos do Rio de Janeiro quanto cidade turística podem ser separados em três períodos. O primeiro ocorre da década de 20 até a Segunda Guerra Mundial. Nesta análise, ele discorda de Lage e Milone (1991) e afirma que o turismo no Rio de Janeiro, se insere, ainda que de forma periférica, no turismo internacional. É neste período que a infraestrutura turística começa a surgir na cidade, e tem como um de seus pontos de destaque a construção do porto, que visava à melhoria nas condições para receber turistas estrangeiros. Além dos já citados hotéis de luxo e cassinos que corroboraram para essa ampliação da capacidade do turismo na cidade. Outro fator importante neste período foi a criação da Sociedade Brasileira de Turismo (SBT), que depois levou o nome de *Touring Club* do Brasil. De acordo com Machado (2005, p.137):

Importante parcela da conscientização dos atrativos turísticos cariocas para o Brasil e para o mundo se deve ao '*Touring Club* do Brasil', que foi fundado com a denominação de Sociedade Brasileira de Turismo (STB), como uma das importantes ações que se sucederam as comemorações do Centenário da Independência do Brasil. A intenção na sua criação era divulgar os recursos turísticos no país e criar uma mentalidade turística interna buscando reverter o quadro turístico da época, quando as classes sociais privilegiadas brasileiras viajavam para a Europa (...). Tinha, portanto a STB, intenção de divulgar os atrativos turísticos brasileiros, [...], e entre os atrativos divulgados, destacavam-se os do Rio de Janeiro.

No decorrer das décadas de 30 e 40, o foco de atração para os turistas era o centro da cidade. Diferentemente do que veio a ocorrer posteriormente, as praias não desempenhavam papel de destaque como atrativo turístico, apenas os cassinos e uma série de monumentos e prédios, que hoje em dia, quase não tem notoriedade enquanto atrativo turístico. Desta forma, os guias de viagem desse período tinham como ponto base o olhar dos turistas que chegavam por mar, dando importância para a visão do turista a partir da Baía de Guanabara, por onde entravam a maioria dos visitantes (Castro, 2001).

Sabendo que as representações cartográficas são fruto do foco que se coloca sobre o que se pretende destacar, em um mapa da década de 30 (ver figura 2) percebe-se o foco na representação da área central da cidade, corroborando com a visão de Castro (2001). Nele a Zona Oeste é representada como território inexplorado e, diferentemente do que ocorre hoje em dia, o Pão de Açúcar, o Cristo Redentor e as praias da Zona Sul não tem destaque algum como atrativo turístico.

Contudo neste período o Rio de Janeiro, através da Baía de Guanabara, era, reconhecidamente, a principal porta de entrada de turistas estrangeiros, não havendo outra cidade que pudesse disputar tamanha importância. Cabe salientar que este papel de destaque no cenário turístico nacional tem relação direta com o fato de a cidade ser a capital do país. Assim o Rio de Janeiro tinha a respaldo político institucional e ainda a chancela de centro exportador de costumes e valores que representavam a civilidade e modernidade (Silva, 2012, p.48).

Seguindo a análise desenvolvida por Castro(2001), o segundo período é o que compreende o pós Segunda Guerra Mundial até a década de 70. Neste período, se destaca como principal ponto o consumo do local. Com o desenvolvimento da indústria aeronáutica, o turismo através de navios fica em segundo plano perante o aéreo. Na segunda metade do século XX, o Rio de Janeiro, aproveitando suas aptidões físicas, passa a desenvolver um turismo mais direcionado a suas belezas naturais. É nessa fase que o carioca e seus costumes também entram em cena. O carnaval, o menino engraxate e a “malandragem” se tornam instrumentos atrativos para turistas curiosos e que buscavam desbravar o Rio e todo seu aspecto cultural. Neste contexto passa se a explorar mais o aspecto sensual da mulher brasileira, beirando ao erotismo, via se cada vez mais nos guias turísticos da época a imagem de mulheres de biquíni nas praias. Entretanto, Castro (2001) defende que esta apropriação da imagem da mulher na praia “coincide com um processo histórico mais amplo”, onde as cidades litorâneas ganharam importância como destinos turísticos.

**Figura 2: “Carte touristique de la ville de Rio de Janeiro, la capitale des États Unis de Brésil”, de 1930**



**Fonte: DO cosmógrafo ao satélite, 2000.**

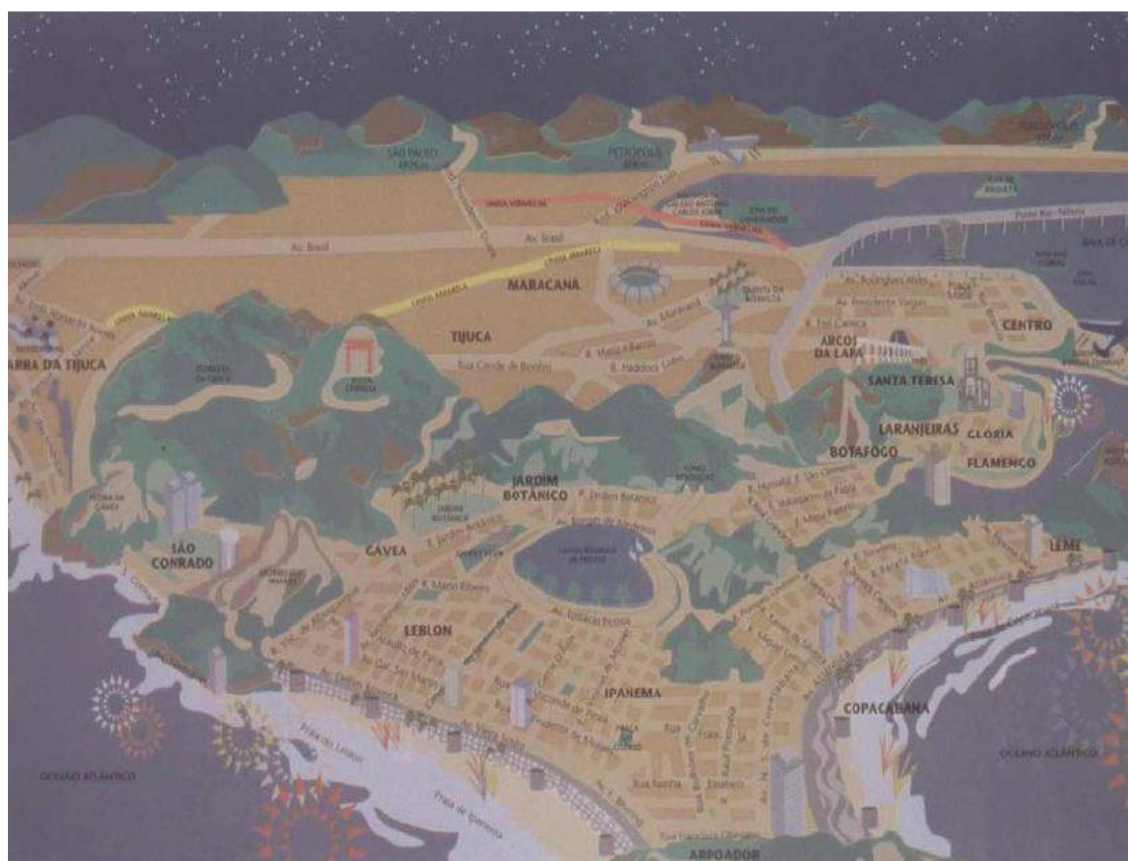
Na década de 60, é marcante a mudança de paradigma da visão turística na cidade. No período anterior, havia um romantismo maior em torno do Centro e o port era o epicentro das atividades turísticas. Neste momento, outras áreas da cidade começam a ganhar visibilidade turística, como a zona sul e suas praias. Esta mudança de paradigma fica explícita quando analisamos o mapa turístico do Estado da Guanabara(1965) elaborado pela Revista *Touring Nacional* (ver Figura 3). Nele notamos que o romantismo do Centro é deixado de lado e entram em cena espaços que antes não eram





Concluindo a análise de Castro(2001) o terceiro período é caracterizado da década de 70 até o início do século XXI . É nesse período que a Zona Sul da cidade se consolida como principal centro aglutinador do turismo carioca. Como podemos observar abaixo (ver Figura 4).

**Figura 4: Mapa turístico do Rio de Janeiro em 1999.**



**Fonte: Riotur, 1999.**

Ao analisar dados oficiais da EMBRATUR, no período de 1980 até 90, Machado (2004) pode observar a queda no fluxo, sobretudo de turistas estrangeiros, para o Rio de Janeiro. Este fato fez com que o Rio de Janeiro perdesse seu posto de principal porta de entrada do país para São Paulo, o que permanece atualmente. Dados do Departamento de Polícia Federal e do Ministério do Turismo mostram que em 2017 chegaram ao país por São Paulo 2,1 milhões de turistas, enquanto pelo Rio de Janeiro chegaram 1,3 milhões.

Esta mudança de eixo está diretamente relacionada com a característica das viagens. Segundo a tabela 2 que é um resumo do estudo do Ministério do Turismo e da Fundação



Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, ao observarmos os dados relacionados aos destinos mais visitados, em 2017, São Paulo foi a cidade que mais recebeu turistas por motivos de negócios, eventos e convenções, com um percentual de 44,4% o que representa um aumento em comparação com o ano anterior de 3,2%. Enquanto o Rio de Janeiro, que ficou na segunda posição, teve um decréscimo de 6,5% em relação ao ano anterior, ficando com 23,6%.

A queda na participação do Rio de Janeiro pode ser associada à crise vivida pelo Estado. Em 2016 o governo do Estado declarou estado de calamidade pública na administração financeira, ficando com o salário dos servidores em atraso. De acordo com pesquisa da Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro - CEPERJ, a economia fluminense encolheu 4,1% em 2016, acarretando na deterioração do ambiente de negócios e afetando o turismo da cidade. Porém, no que diz respeito ao motivo lazer, mesmo com a queda na comparação com o ano anterior, o Rio de Janeiro lidera as estatísticas enquanto São Paulo fica apenas na quarta colocação. Estes dados demonstram o quanto é importante para o Rio de Janeiro o turismo voltado para o lazer e o quanto ele pode se desenvolver no turismo de negócios.

**Tabela 2: Destinos mais visitados por características de viagem, 2016 – 2017.**

<b>Destinos mais visitados</b>		
	2016	2017
<b>Lazer</b>	(%)	
Rio de Janeiro – RJ	32,2	27,0
Florianópolis – SC	17,9	19,6
Foz do Iguaçu – PR	13,2	12,5
São Paulo – SP	9,1	7,8
<b>Negócios, eventos e convenções</b>	(%)	
São Paulo – SP	41,2	44,4
Rio de Janeiro – RJ	30,1	23,6
Porto Alegre – RS	3,5	4,2
Curitiba – PR	4,0	4,1

**Fonte: Ministério do Turismo e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional – 2016-2017.**

Considerando o turismo um fenômeno socioespacial, que muda de acordo com o tempo e espaço, desde a década de 90, podemos notar uma mudança no paradigma socioespacial da cidade. Buscando assim, a retomada do posto de principal porta de entrada do país. Com isso, o viés turístico da cidade, a partir de então, ganha novas conotações se comparado com os anteriores.

Fundamentando o que é exposto na tabela 01, no que diz respeito à preferência do Rio de Janeiro para o lazer, Machado (2004) aponta como o “melhor do Rio” as praias e as belezas naturais. Como pode ser observado nas propagandas publicitárias sobre o turismo na cidade. Deste modo, além das características turísticas historicamente construídas, outras vêm ganhando destaque ao longo das últimas décadas, como a natureza e o esporte. Onde a natureza é tida como um ativo que demonstra qualidade de vida na cidade. Fato este que pode ser notado na propaganda oficial brasileira antes e depois da escolha do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos, reforçando o discurso dominante e incorporando o lado esportivo relacionado com a natureza, como principal valor turístico e o diferencial da cidade (Silva, 2012).

Baseando-se na definição de Clark<sup>2</sup> (2002), pode-se dizer que, ultimamente, o Rio de Janeiro vem buscando se consolidar como uma “máquina de entretenimento”. Onde os megaeventos são um marco para a consolidação deste novo período turístico para a cidade. Neste novo período, o eixo turístico não fica mais restrito à Zona Sul da cidade e incorpora a Barra da Tijuca, bairro da zona oeste do Rio de Janeiro, que até então era pouco explorado nas representações cartográficas da cidade. Como podemos perceber ao analisar no mapa turístico atual (ver Figura 5). Entretanto, mesmo com a incorporação da Barra da Tijuca no radar turístico da cidade, a zona sul e o centro continuam como atrativos turísticos. E, a aparição do Rio Centro é mais um indicador de novas perspectivas para o turismo na cidade (Silva, 2012).

---

<sup>2</sup> Para Terry Clark as metrópoles se constituem em “máquinas de entretenimento” que são resultantes de um processo em que: “[...]CNN, MTV and Hollywood movies are seen as bringing a standard world fare that may encourage more globally homogeneous consumption. It can raise and refocus economic aspirations by re-defining consumption desiderata. But much of consumption is driven by local specifics: cafés, art galleries, geographic/architectural layout, and aesthetic image of a city define its unique attractions (or blandness) (Clark et al, 2002, p.494)

**Figura 5: Mapa turístico do Rio de Janeiro atualmente**



**Fonte: Mapas do Rio de Janeiro, 2010.**

De acordo com Silva (2012), os locais turísticos tradicionais são a representação de um turismo mais passivo, oriundo dos períodos anteriores. São paisagens naturais, como as praias e parques. O novo foco, a Barra da Tijuca, tem se mostrado apta para o turismo de megaeventos e, com isso, um turismo mais ativo e menos contemplativo, estando de acordo com os movimentos do turismo contemporâneo.

## **CAPITULO II – O RIO DE JANEIRO DOS MEGAVENTOS**

### **II.1 O Rio de Janeiro como cidade entretenimento**

Para um melhor entendimento do processo vivido pela cidade do Rio de Janeiro nas últimas décadas, é importante a compreensão da relação entre o turismo e a cidade. A partir disto, podemos entender como o turismo ocorre no território e o uso que se faz dele, podendo assim, ser ou não, um fator multiplicador de desenvolvimento ou apenas mais uma ferramenta para segmentar cada vez mais a ocupação do território.

Considerando isto, buscamos analisar os efeitos que o turismo tem na cidade e como ele se relaciona com a evolução da compreensão da cidade, onde ela passa a ser não só um território ocupado por pessoas, mas sim um território para ser consumido. Muito embora seja notória a importância na relação entre o turismo e as cidades, não existe uma abordagem teórica consagrada que situe a problemática do turismo nos contextos urbanos (Silva, 2012).

Até a década de 70, a cidade era vista como um espaço emissor de turistas (Silva 2012, p.33) onde o relevante eram os mercados consumidores e não as cidades em si. Já que nesta fase a cidade era diretamente relacionada com o ambiente de trabalho, onde o lazer não era estimulado. Contudo, a partir da década de 70 a cidade passa a exercer papel relevante na construção da imagem dos territórios como destino turístico. Harvey (2005) defende que nesta fase há uma reestruturação da economia global, de modo que os capitalistas desenvolvem novos padrões na relação com a cidade. E nas décadas seguintes até início do século XXI, o turismo urbano se consolida como atividade importante na dinâmica econômica das cidades turísticas. Como expõe Cruz e Pinto:

Vários fatores, como a revitalização de centros históricos, diversificação de práticas culturais, interesse pelo patrimônio e urbanismo, procura de animação, diversão e consumo, catapultaram a cidade para um lugar destaque no turismo. As cidades podem assumir-se como um destino turístico capaz de oferecer um leque alargado de bens e produtos turísticos (Cruz & Pinto, 2008,p.11).

Deste modo, as cidades turísticas são a representação, em última instância, de uma nova forma de urbanização, onde a distribuição espacial é direcionada para a busca

do prazer, ou seja, onde os produtos turísticos possuem mais relevância na ocupação e consumo do espaço. Enquanto, anteriormente, as cidades eram construídas para a produção industrial e para as necessidades básicas, as cidades turísticas se estruturam com foco para o consumo e para o lazer. Por isso elas podem ser consideradas como um exemplo de cidade pós-moderna (Mullins, 1991). Como Rodrigues (1999, p. 61) pontua, as cidades se colocam numa espécie de fetichismo pelo turismo, onde o “fetiche da mercadoria turismo, ou sua natureza comercializada, é ainda mais acentuado que em outras mercadorias de consumo coletivo”.

Segundo Harvey (2005), existe correlação entre as novas formas de produção e a gestão das cidades. Esta correlação pode ser associada a uma transição entre um regime fordista-keynesiano para um regime de acumulação flexível, que é expresso na mudança de paradigma da elaboração e planejamento das cidades do administrativo para o empreendedorismo urbano. Ainda segundo o autor, o empreendedorismo urbano é “o padrão de conduta na governança urbana que combina poderes estatais (...), diversas formas organizacionais da sociedade civil (...) e interesses privados (...), formando coalizão para fomentar ou administrar o desenvolvimento urbano e regional de um tipo ou de outro”(2005, p.230). Com isso, podemos entender que a mudança de paradigma é pautada pela tentativa de reproduzir na gestão das cidades modelos de gestão empresarial, facilitando os investimentos privados e acirrando a competitividade entre as cidades no cenário global.

Devido à lógica capitalista dominante, o Estado passa a influenciar cada vez menos os fluxos econômicos a nível mundial. Este contexto global é reproduzido até as menores esferas, chegando à municipalidade. Sob um cenário de crise fiscal do Estado, as cidades se veem obrigadas a buscarem novas formas de financiamento e investimento, por isso se lançam no mercado de capitais. Com isso, as cidades passam a competir entre si na busca de investimentos, caracterizando assim o empreendedorismo urbano como modelo de gestão. Esta competição por investimentos ocorre a nível global, e é a partir dela que as cidades buscam atingir o patamar de cidade entretenimento. A construção de complexos turísticos, a revitalização de áreas históricas e a melhoria na infraestrutura da cidade são algumas das ferramentas utilizadas pelo modelo do empreendedorismo urbano.

Segundo Sassen e Roost (1991) desde a década de 80 as grandes cidades, tendem a se consolidar como grandes centros urbanos de entretenimento. Ainda segundo os autores, as cidades precisam passar por dois momentos. O primeiro é a utilização dos produtos turísticos como ferramenta de marketing e o segundo é a elaboração de projetos urbanos que busquem como principais investidores as grandes marcas ligadas ao entretenimento. Por isso, para a captação de capital, as cidades tendem a exaltar seus produtos turísticos que a diferenciam das demais e buscam valorizar o que Harvey(2005) chama de capital simbólico. Baseando-se na noção de capital simbólico de Pierre Bourdieu, que compreende as diferentes estratégias que algumas cidades utilizam na competição pelo capital, Harvey afirma que “o capital simbólico - outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição” (2005, p.233). A ênfase no estilo de vida, dos esportes atrelados à natureza e o resgate de heranças históricas são alguns exemplos de como as cidades buscam se diferenciar das demais.

É sob esse cenário que o Rio de Janeiro se lança para a realização dos megaeventos do início do século XXI, buscando se consolidar como uma cidade global e propícia ao entretenimento.

## **II.2 A cidade dos Megaeventos**

Um marco histórico que vale ser destacado, é que em 1908, o Rio de Janeiro sediou a “Exposição Nacional – Agrícola, Industrial, Pastoril e de Artes Liberais, (...) em comemoração ao centenário da abertura dos portos brasileiros às nações amigas” (Machado, 2008, p. 103). O evento ocorreu na Urca e contou com a participação de diversos países do mundo, trazendo inúmeros visitantes estrangeiros, podendo assim, ser considerado o primeiro grande evento realizado na cidade (Panosso Neto, 2016, p.84). Contudo, este evento não está no mesmo contexto em que o modelo de empreendedorismo urbano foi implementado, no início do século XXI.

Inicialmente, os megaeventos foram um modelo de alavancar o desenvolvimento urbano, dando a esperança de que este modelo pudesse trazer ganhos socioeconômicos para toda a sociedade. Getz (1991) define um megaevento como “aquele justificado

pelo grande volume de visitantes, pelo alto custo da organização e pelo grande prestígio e pela reputação derivados do ato de sediá-lo” (Flores do Valle, 2012).

Com o intuito de projetar o Rio de Janeiro como uma cidade global, a gestão municipal priorizou no seu modelo de empreendedorismo urbano os megaeventos. Com uma boa articulação entre as esferas de governo municipal, estadual e federal, a cidade pode experimentar um novo ciclo de desenvolvimento. A combinação entre parcerias público-privada, o uso de instrumentos financeiros – em 2009 foi a primeira cidade a fazer um *swap* de dívida com o Banco Mundial – para gerar receitas alternativas, foram algumas das ferramentas utilizadas pelo poder público para viabilizar o Rio de Janeiro como uma cidade global. No que diz respeito ao lado urbanístico da cidade, Schreiner destaca:

Desde 2009, quando foi escolhido para sediar os Jogos Olímpicos, o Rio vive uma das maiores transformações urbanísticas de sua história: são mais de 200 obras estruturantes e iniciativas com execução simultânea, nas áreas de infraestrutura, mobilidade, acessibilidade, meio ambiente, integração social e conectividade, que estão construindo um novo Rio de Janeiro (Schreiner , 2016, p. 12).

Somado a todos estes fatores, a gestão da cidade passou a seguir as boas práticas corporativas, seguindo modelos adotados em órgãos multilaterais e empresas multinacionais. Credenciando o Rio como um exemplo de sucesso a nível mundial, confirmando sua posição de cidade dos megaeventos. Posição esta que foi consolidada com a escolha da cidade para a realização de dois dos maiores eventos esportivos do mundo: a Copa do Mundo da FIFA de futebol e os Jogos Olímpicos de 2016.

O Rio de Janeiro teve, em 2016, um dos momentos mais marcantes para o turismo da cidade e do estado. Desde o início do século XXI o Rio de Janeiro vem sendo preparado estrategicamente para a realização de megaeventos. Nesse período, tivemos os Jogos Pan Americanos de 2007, os Jogos Militares de 2011, a Conferência Internacional da ONU Rio +20 em 2012, a Jornada Mundial da Juventude em 2013, a Copa das Confederações de Futebol em 2013 e a Copa do Mundo de Futebol em 2014. A realização dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 encerrou uma jornada de megaeventos na cidade (Bartholo,2017).

Todo o processo que envolveu a elaboração e execução dos megaeventos gerou impactos na economia da cidade. Roche (1994) define os megaeventos como “evento de curto prazo com consequências de longo prazo para as cidades que o sediam”. Definição esta que corrobora com a visão de Preuss (2004) que classifica os impactos como visíveis e invisíveis de curto e longo prazo (ver Tabela 3).

**Tabela 3: Impactos dos megaeventos visíveis e invisíveis de curto e longo prazo.**

<b>Impactos</b>	<b>Visíveis</b>	<b>Invisíveis</b>
<b>Curto prazo</b>	Empregos nos jogos Transporte Segurança Sucesso dos esportes Festa Impacto econômico	atmosfera olímpica direitos humanos
<b>Longo prazo</b>	Turismo e estrutura Reconhecimento e estrutura para deficientes físicos  Habitação Arenas esportivas Estrutura para tráfego	Movimento de voluntários  Imagem olímpica  Orgulho nacional Imagem da cidade Condições de moradia

**Fonte: Preuss (2004).**

Ademais, o autor elenca os principais impactos econômicos dos Jogos , como os gastos do comitê organizador, a receita oriunda do turismo internacional e os gastos públicos em infraestrutura, promovidos, majoritariamente, pelos governos. Estes fatores expostos acima são de extrema relevância para a melhor compreensão dos impactos econômicos dos megaeventos na cidade do Rio de Janeiro.



## **CAPÍTULO III – IMPACTOS ECONÔMICOS DOS MEGAVENTOS**

### **III.1 Classificação**

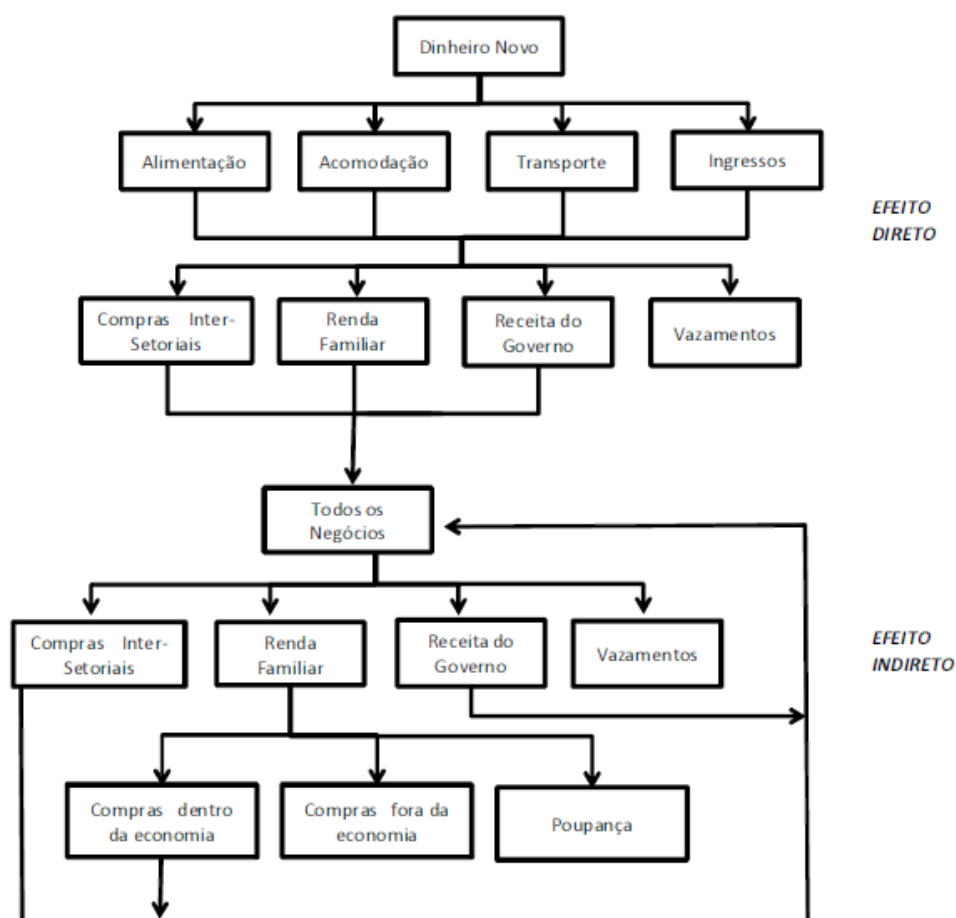
Corroborando com a visão de Getz (1991) os impactos econômicos dos megaeventos podem ser observados pelo aumento do fluxo de dinheiro novo que é absorvido pela economia da cidade. Este aumento do fluxo de dinheiro novo está diretamente ligado aos investimentos públicos e privados, à chegada de turistas, empresas de telecomunicação, patrocinadores, entre outros que não viriam sem os megaeventos.

Tais impactos podem ser classificados em três aspectos: direto, indireto e induzido. O direto é ligado ao aumento dos gastos públicos e privados com a preparação e execução dos megaeventos. O indireto é atrelado aos efeitos que estes gastos causam nas cadeias produtivas ligadas às áreas que participam de alguma forma, fornecendo recursos para que os investimentos públicos e privados sejam realizados. Já o induzido é atribuído ao gasto dos indivíduos empregados direta ou indiretamente nas cadeias produtivas ligadas ao evento. Os efeitos indiretos e induzidos são considerados como impactos secundários.

Para ilustrar melhor esta abordagem, podemos observar a figura 6. Esta ilustração mostra de forma objetiva um olhar sobre a complexidade da mensuração dos efeitos reais das atividades ligadas ao turismo no decorrer dos megaeventos.

Para fins de análise, iremos considerar os dados referentes à transporte, hospedagem e PIB per capita em detrimento das outras atividades características do turismo na cidade do Rio de Janeiro. O período analisado será restrito ao início deste século, por ser o momento da mudança de paradigma e da consolidação do Rio de Janeiro no cenário mundial dos megaeventos.

**Figura 6: Quadro dos impactos diretos e indiretos dos megaeventos**



Fonte: Kasimati, 2006.

Estes componentes não esgotam todas as análises possíveis acerca do quanto o turismo e a cidade foram influenciados pela realização dos megaeventos. Contudo, através deles podemos ter uma noção do quão relevante, ou não, foi para a cidade sob o viés econômico.

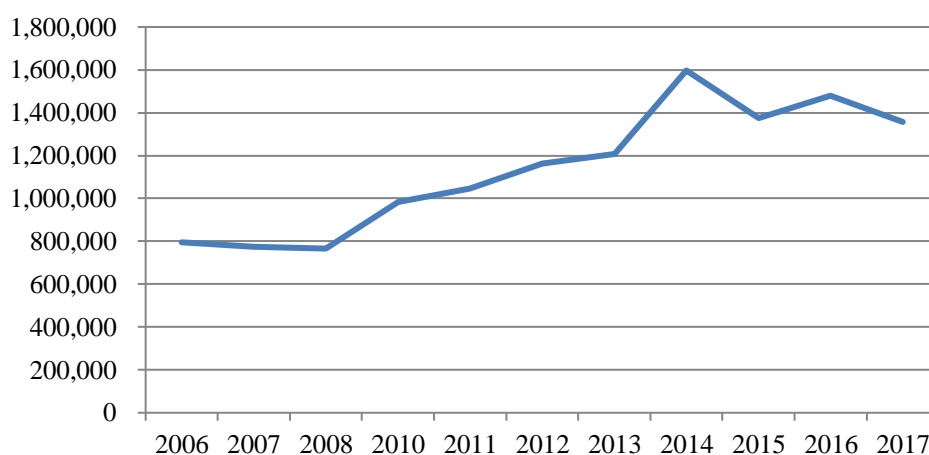
### III.2 Impactos socioeconômicos

A atividade turística é apenas mais uma atividade dentro do sistema econômico em que vivemos. Por isso, ela está suscetível aos ciclos econômicos assim como as outras atividades produtivas. Tendo isto em vista, iremos analisar como a economia da cidade se comportou ao longo deste período e como o turismo se inseriu nela.

O Rio de Janeiro viveu um ciclo expansivo no início do presente século com a mudança de paradigma para uma gestão de empreendedorismo urbano. Contudo, simultaneamente à realização dos últimos megaeventos na cidade, o Brasil entrou em uma profunda crise política e institucional. Nesse contexto, o Estado do Rio de Janeiro se viu exposto a uma de suas maiores crises econômica, política e moral na história. Tendo sua economia fortemente dependente da indústria extrativa, baseada, majoritariamente, no setor de petróleo e gás, a queda do preço do barril de petróleo no cenário internacional diminuiu a arrecadação de impostos do governo estadual e, somado a isso, vivemos uns dos maiores escândalos de corrupção já ocorridos, tendo dois ex governadores presos atualmente. Este cenário em nada contribui para o desenvolvimento do turismo e afeta diretamente a imagem e reputação da cidade perante os possíveis visitantes.

No que diz respeito aos transportes, iremos considerar os dados referentes à entrada de turistas internacionais no Rio de Janeiro. Como podemos notar no gráfico (ver Gráfico 1), exceto em 2008, ano da crise econômica internacional, houve um incremento no volume de entrada de turistas na cidade. Saltando de 794 mil em 2006 para 1,355 milhões de turistas em 2017. Como destaque, temos 2014, ano da realização da Copa do Mundo FIFA, onde houve o recorde na entrada de turistas na cidade, atingindo o patamar de 1,597 milhões de turistas, sendo a maioria deles de europeus (41,2 %) e sul-americanos (30,3%).

**Gráfico 1: Chegada de turistas internacionais no Rio de Janeiro, 2006 – 2017.**



**Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.**

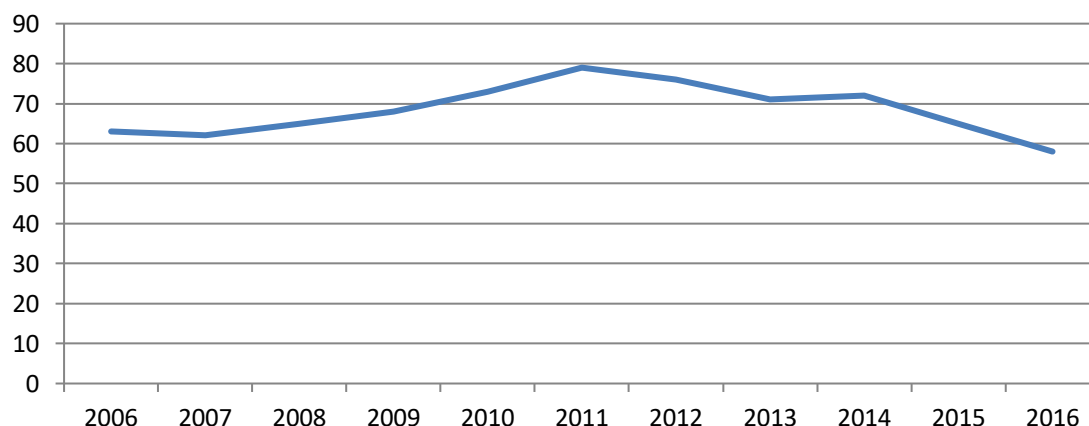
A análise deste gráfico mostra que a inserção do Rio de Janeiro, no início do presente século, no circuito das cidades globais teve um efeito positivo no que diz respeito ao fluxo de turistas internacionais. Por conseguinte, isto gera impactos positivos na economia da cidade, pois o turismo internacional é um grande gerador de divisas, sem a contrapartida de serviços ou mercadorias enviadas ao exterior, como uma exportação invisível, fazendo com que o turista consuma a cidade em suas diversas faces, como as paisagens naturais e outros produtos turísticos.

Contudo, esta análise não esgota as possíveis interpretações dos reais efeitos econômicos com relação aos transportes, tendo em vista os efeitos secundários, que são de difícil mensuração, por estarem correlacionados a outras atividades não ligadas ao turismo. Por exemplo, é difícil mensurar o quanto o turismo influencia a demanda de transportes privados urbanos, como taxi e Uber. Apesar disso, é possível que o aumento do fluxo de turistas tenha algum efeito em sua demanda, principalmente em bairros turísticos. Evidenciando, mais uma vez, a complexidade do conjunto de atividades turísticas.

Outro aspecto bastante relevante para a mensuração dos efeitos dos megaeventos na economia do turismo é a ocupação hoteleira. A oferta de unidades de hospedagem - UH, e sua real demanda podem ser consideradas um bom indicador para o setor turístico. Pesquisas realizadas pela Fecomércio e a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro – ABIH RJ mostram como este setor foi afetado ao longo da última década e como os megaeventos influenciaram a dinâmica do mercado hoteleiro na cidade, evidenciando a tentativa de expansão da área turística da Zona Sul para a Barra da Tijuca e mostrando a pouca efetividade deste planejamento.

A seguir temos o gráfico que mostra a taxa média de ocupação das UH (ver Gráfico 2). A taxa média é calculada a partir do número de unidades utilizadas no mês sobre a capacidade total disponível. Destaque para o ano de 2011, com a maior taxa de ocupação da série, com 79%. E, a queda na taxa de 2014 para 2016, caracterizada pelo aumento da oferta de UH como resultado dos Jogos Olímpicos.

**Gráfico 2: Taxa média de ocupação das UH, 2006 – 2016.**



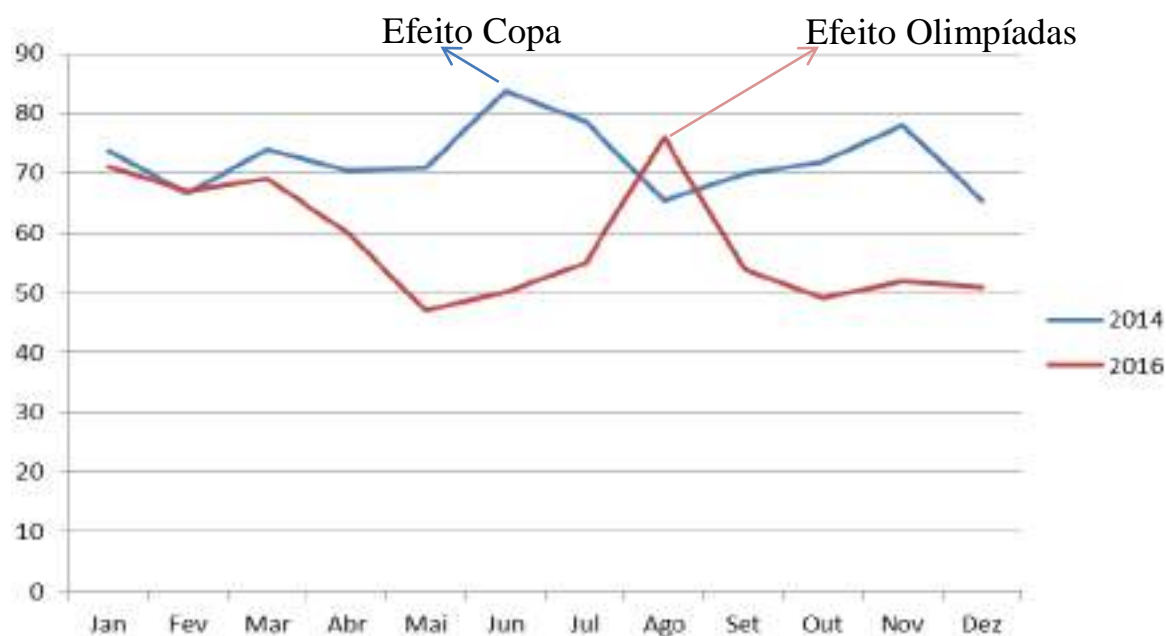
**Fonte: Fecomércio e ABIH RJ, 2017.**

Ao analisarmos os anos de 2014 e 2016, observamos que o impacto dos megaeventos foi pontual. Os chamados “efeito Copa” e “efeito Olimpíadas” elevaram as taxas de ocupação das UH nos meses em que os eventos foram realizados. A ocupação média em 2014 foi de 72,4%, mostrando um pequeno aumento ao compararmos com o ano anterior, que foi de 71,9%. Este aumento teve grande influência do Efeito Copa. Pois no mesmo período do Efeito Copa, em 2013 tivemos uma ocupação de 67,61%, comparado com os 83,64%, mostra um aumento de 16,03% de um ano para o outro. Possibilitando assim o aumento da taxa média anual de 2014.

Em 2016, após a consolidação de novas instalações hoteleiras na cidade, principalmente na Barra da Tijuca, houve o declínio da taxa de ocupação em comparação com anos anteriores, o efeito Olimpíada foi mais evidente para a cidade. O aumento da taxa de ocupação em agosto, mês dos Jogos, foi bastante relevante perante a média anual, alcançando o patamar de 76% e superando a taxa referente ao mesmo mês do ano anterior em 13%, mostrando assim o papel positivo que os Jogos desempenharam no que diz respeito à ocupação hoteleira na cidade.

Contudo, este aumento não foi traduzido em impactos reais ao longo dos anos em análise. O gráfico a seguir ilustra os “efeitos Copa e Olimpíadas” evidenciando sua relevância nas taxas médias de ocupação hoteleira (ver Gráfico 3).

**Gráfico 3: Taxa de ocupação mensal nos anos de 2014 e 2016 com destaque para o Efeito Copa e Efeito Olimpíadas**



**Fonte: Fecomércio e ABIH RJ.**

Em resumo, pode-se dizer que os megaeventos desempenharam papel importante na taxa de ocupação durante seu período de realização, mas isso não refletiu um ganho real nas taxas mensais fora do período de realização dos eventos. Mostrando assim certa ociosidade na utilização da estrutura hoteleira e falta de planejamento para aproveitar a grande exposição da cidade no cenário internacional.

Somado a este cenário, podemos observar a diferença nas taxas de ocupação quando analisamos as áreas de localização das UH. Segundo o estudo da ABIH RJ, o Rio de Janeiro foi dividido em quatro áreas de análise:

- i) Área 1: Barra da Tijuca e São Conrado
- ii) Área 2: Ipanema e Leblon
- iii) Área 3: Copacabana e Leme
- iv) Área 4: Outros Bairros (bairros não listados acima como: Centro, Glória, Flamengo)

Os anos de 2014 e 2016 mostram que apesar do grande fluxo de turistas por conta dos megaeventos e a tentativa de expansão da área turística para a Barra da Tijuca, o turismo continuou concentrado nos bairros da Zona Sul, como mostra a tabela (ver Tabela 4).

**Tabela 4: Taxa média de ocupação das UH por área de localização, em (%).**

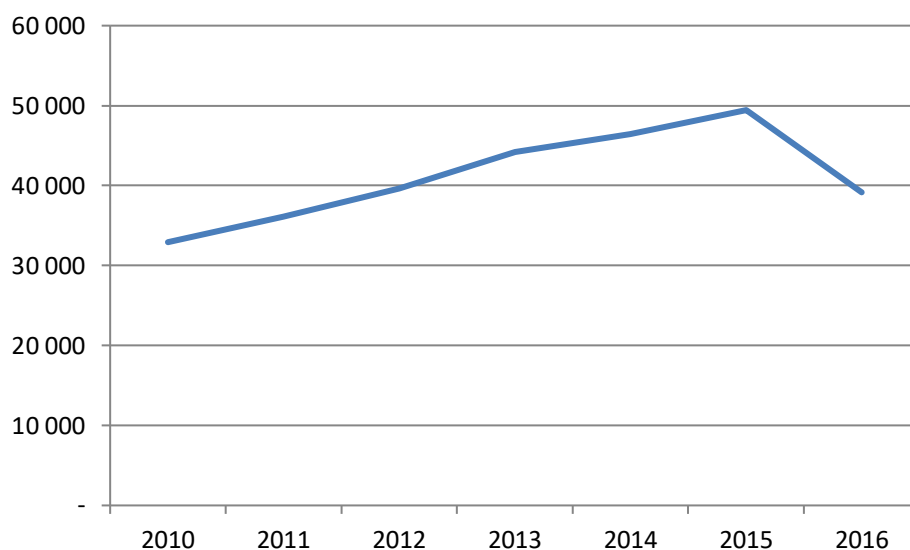
Área de Localização	2014	2016
Área 1	59,5	43
Área 2	73,3	62
Área 3	74,7	62
Área 4	72,4	57

**Fonte: Fecomércio e ABIH RJ.**

Em ambos os anos analisados, o comportamento da taxa média segue o mesmo padrão. As áreas 2 e 3, correspondentes aos bairros de Ipanema, Leblon, Copacabana e Leme tiveram os melhores resultados, seguidos pela área 4 dos bairros da Glória, Centro, dentre outros e, por último, a área 1, referente aos bairros da Barra da Tijuca e São Conrado. Muito embora essa baixa taxa de ocupação da área 1 seja fruto do aumento da oferta na região, ela retrata que mesmo com os investimentos em mobilidade e infraestrutura voltada para os megaeventos na Barra da Tijuca, como a linha 4 do metrô e os corredores de ônibus do BRT, o eixo turístico da cidade ainda é concentrado nos bairros da Zona Sul, principalmente nos bairros de Copacabana e Leme.

Alinhado a esta análise podemos dizer que a situação da economia do turismo está também ligada ao comportamento da economia do estado e do município. De modo que todas as variações no cenário socioeconômico possuem impacto direto ou indireto no turismo quanto atividade econômica. Porém, como o cenário recente é de crise aguda do estado do Rio, a realização dos megaeventos não conseguiu impedir a queda do PIB per capita municipal (IPEA, 2018). Pois ao observarmos o comportamento do PIB per capita municipal, vemos que a tendência de alta que foi até 2015 atingindo R\$ 49.437 sofreu uma inflexão para R\$ 39.173 de 2016, caracterizando uma queda de 21%, no ano dos Jogos Olímpicos (ver Gráfico 4).

**Gráfico 4: PIB per capita do Município do Rio de Janeiro, 2010 - 2016**



**Fonte: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro - CEPERJ/Centro de Estatísticas, Estudos e Pesquisas - CEEP.**

Este comportamento do PIB per capita municipal está de acordo com os dados de uma pesquisa global elaborada pela World Travel & Tourism Council – WTTC, que mediu o impacto do turismo sobre a economia de 65 cidades de diferentes regiões. Mesmo recebendo sete jogos da Copa do Mundo de 2014 e sediando os jogos olímpicos em 2016, o município do Rio de Janeiro sofreu uma diminuição na contribuição do turismo para sua economia de 7 bilhões de dólares em 2013 para 6,5 bilhões em 2016 (Bôas, 2017).

Ademais, o que se observa atualmente, é a queda do número de empregos ligados ao turismo no estado. Entre junho de 2017 e junho do ano passado, o Rio de Janeiro foi o estado que mais perdeu vagas de trabalho em serviços ligados ao turismo. Segundo pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC, com base em dados do Cadastro geral de Empregados e Desempregados – Caged, a pesquisa mostra que o estado fechou 12.272 vagas de trabalho ligadas ao turismo. O segundo estado que mais fechou postos foi a Bahia, com 1.167 vagas. Já São Paulo, no mesmo período, criou 10.681 vagas, tendo um saldo positivo (O Globo, 2018).



Portanto, cabe salientar a importância de buscar o desenvolvimento do setor turístico para estimular a dinâmica econômica municipal, atenuando os efeitos da crise econômica que paira sobre o Rio de Janeiro aproveitando os pontos positivos que os megaeventos deixaram para a cidade. Dai temos a importância do legado na busca de mais qualidade de vida para os cidadãos e na captação de turistas que buscam consumir uma cidade que se propõe global e referência no Hemisfério Sul.

### III.3 Legado

Atualmente, nota-se um aumento considerável na literatura sobre o legado dos megaeventos. Entretanto, é difícil uma abordagem que defina claramente o que é legado, considerando a falta de coesão sobre o conceito de legado e seus aspectos relevantes, fazendo com que seja complexo medi-lo com confiança e exatidão.

Segundo Preuss (2007) a identificação das dimensões do legado é o ponto de partida para uma possível análise. Após a investigação da literatura sobre o tema, Preuss identifica duas medidas bastante usadas: o Benchmark e a análise de dados macroeconômicos. O benchmarking é basicamente a análise através da comparação com eventos anteriores e é utilizado, normalmente, como medida para prever o legado no período de planejamento do megaevento, ou seja, *ex anti*. Já a análise de dados macroeconômicos costuma ser empregada após a realização do megaevento, ou seja, *ex post*, quando já existem dados que possibilitam a comparação com períodos anteriores.

Entretanto, para Preuss essas medidas podem ser falhas e uma alternativa a elas seria a abordagem *bottom-up*. Através das estruturas do evento, essa abordagem classifica em “*hard*” ou “*soft*” as mudanças estruturais na cidade sede. De modo que quando as mudanças estruturais interferem na organização e funcionamento da cidade, qualquer alteração que seja baseada nisso, pode ser considerado um legado do megaevento.( ver Tabela 5). Normalmente quando se debate o legado dos megaeventos, não é dada tanta importância ao legado esportivo, mas sim ao econômico e turístico, muito embora haja o legado esportivo.

**Tabela 5: Estruturas de evento “Hard” e “Soft”**

<b>Estruturas “Soft”</b>	<b>Estruturas “Hard”</b>
Conhecimento: organizacional, segurança, tecnológica	Estrutura primária: infraestrutura esportiva, locais de treinamento
Redes: federações políticas, desportivas, Segurança	Estrutura secundária: aldeias para atletas, funcionários, técnicos e mídia
Bens culturais: identidade cultural, memória comum	Estrutura terciária: segurança, usinas de energia, redes de telecomunicações, atrações culturais

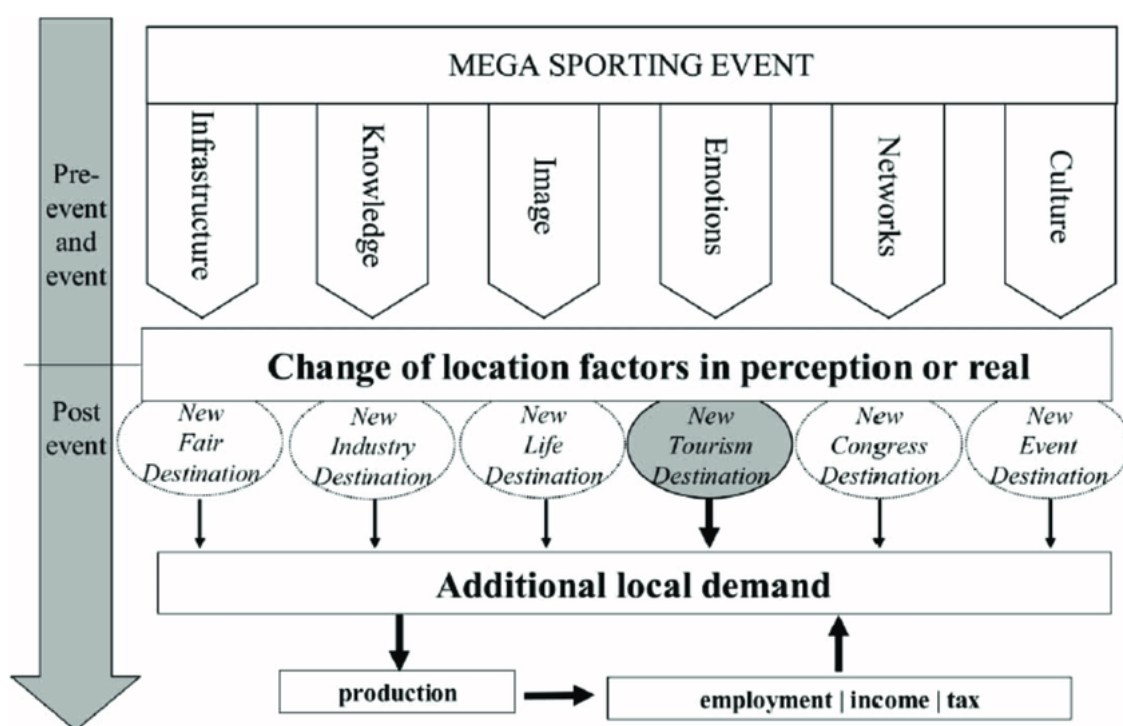
**Fonte: Preuss, 2007.**

Esta abordagem procura considerar todas as mudanças que foram necessárias para a realização do megaevento. Além disso, ela tem como base o plano de desenvolvimento de longo prazo da cidade sede, considerando o que seria do futuro desenvolvimento caso não houvesse o megaevento. Para a maioria das cidades que buscam sediar os megaeventos, e, conseqüentemente, se consolidar no cenário global, a realização de eventos com essa magnitude costuma trazer mudanças significativas em sua estrutura. Os megaeventos exigem das cidades muitas estruturas “*Soft*” e “*Hard*”, como visto na Tabela 5. Contudo, existem duas estruturas de evento que ganham grande proporção no decorrer do processo de realização: a imagem e a emoção. Ambas são consideradas “*Soft*” e não são ignoradas por esta abordagem tendo em vista que elas influenciam a organização e o funcionamento da cidade. Seja pela expectativa gerada nos agentes econômicos ou pela reputação intrínseca à realização do evento perante a comunidade internacional.

A combinação entre as estruturas de evento tem a capacidade de alterar a organização dos fatores produtivos dentro da cidade sede. A revitalização de áreas degradadas, a construção de novos aparelhos arquitetônicos, a melhora no transporte público e uma melhor capacidade de recepção turística podem ser consideradas como formas que alteram a organização da cidade ao receber um megaevento. Como exemplo, podemos citar a revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro que, com a construção do Boulevard Olímpico, passou a ter um apelo turístico que não possuía antes dos Jogos.

Corroborando a esta visão, destacam-se seis aspectos em que a cidade sede é afetada pela mudança organizacional (ver Figura 7). Com isso, podemos observar que para haver um legado positivo para a cidade, deve haver o planejamento e implementação de diferentes medidas a fim de viabilizar o desenvolvimento socioeconômico local.

**Figura 7: Impacto da estrutura de eventos sobre os agentes locais e sua relevância econômica**



Fonte: Preuss, 2007.

A mudança na organização dos espaços da cidade tende a impactar a forma como o turismo ocorre no território. O aumento da atividade turística pode gerar crescimento em longo prazo com o novo dinamismo econômico que pode surgir após a realização do megaevento. No entanto, esse crescimento oriundo das mudanças na cidade é difícil mensurar, mesmo com a abordagem *bottom-up* (Preuss, 2007). Logo, mostrando o quão complexo é dimensionar o real legado dos megaeventos.

O impacto na atividade turística tende a ser positivo com a realização de megaeventos. Porém, Flores do Valle (2012, p.95) afirma que:

(...) somente os países que desenvolveram a infraestrutura turística para os jogos ou já eram destinos turísticos internacionais consolidados obtiveram sucesso com o turismo por meio dos jogos. Interessante notar que os autores também são categóricos em afirmar que o impacto positivo do turismo não advém da existência dos jogos, e sim de uma estratégia previamente elaborada pelo governo e pelos *stakeholders* setoriais, visando a utilizar o evento como alavanca para o desenvolvimento turístico. Esse seria o modelo de sucesso para o fomento ao turismo adotado em Sidney e Barcelona: a montagem de uma estratégia que envolveu todos os esforços da indústria local.

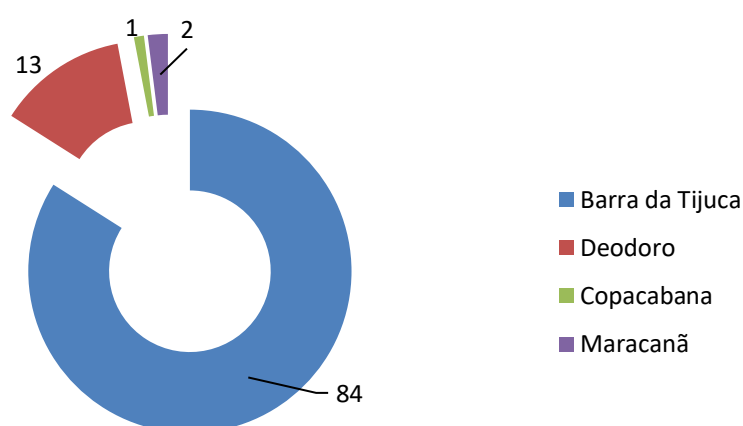
Seguindo esta linha, o Rio de Janeiro, com o então prefeito Eduardo Paes, lança o primeiro Plano Estratégico da cidade em 2009. Com o intuito de melhorar a gestão da cidade, fixando metas para cada área de atuação, o plano tinha a ideia de pensar a cidade no longo prazo agindo no curto prazo, aproveitando a oportunidade Olímpica para viabilizar o desenvolvimento local. Ao longo do seu segundo mandato, ele foi revisado e ampliado com uma visão de futuro até 2030, onde o objetivo central era transformar o Rio de Janeiro na melhor cidade do Hemisfério Sul para se viver, trabalhar e conhecer.

O legado, supostamente de acordo com os planos de longo prazo, reforçaria o desenvolvimento socioeconômico e ambiental do Rio de Janeiro, melhorando a qualidade de vida do carioca, que passaria a desfrutar de uma melhor infraestrutura na cidade. Entretanto, foi possível notar que este planejamento de melhorias para a cidade teve um bairro em destaque: a Barra da Tijuca. Nos Jogos olímpicos, foi o bairro que recebeu a maior parte das modalidades esportivas e foi onde construíram o Parque Olímpico e a Vila dos Atletas. Concentrando os investimentos, vinculados à Matriz de Responsabilidade, em comparação com outras regiões olímpicas.

Segundo o Tribunal de Contas da União – TCU o orçamento dos Jogos foi dividido em três partes. Sendo ele composto pelo; (i) Orçamento do Comitê Rio 2016, (ii) Matriz de Responsabilidade dos Jogos e (iii) Plano de Políticas Públicas vinculados ao legado. Somados, de acordo com a metodologia usada pela Autoridade Pública Olímpica – APO chegaram à quantia de 43,17 bilhões de reais (Monteiro e Cosentino, 2017).

A Matriz de Responsabilidades teve como foco a apresentação de projetos associados à organização e realização dos jogos, que não aconteceriam caso o Rio de Janeiro não fosse escolhido como cidade sede. O valor final da Matriz de Responsabilidade foi de 7,23 bilhões de reais, onde 84% se concentraram na Barra da Tijuca (ver Gráfico 5).

**Gráfico 5: Investimentos por região olímpica vinculada à Matriz de Responsabilidade, em (%).**



**Fonte:** Elaboração própria, com base em Monteiro e Cosentino, 2017.

A parte do orçamento vinculado ao Plano de Políticas Públicas foi destinada a projetos do legado. Projetos com pouca relação direta com o evento, mas que foram realizados com o respaldo do cenário olímpico em que a cidade atravessava, como a construção da linha 4 do metrô. O documento tinha 27 projetos que foram divididos entre as esferas federal, estadual e municipal, sendo 14 de responsabilidade da prefeitura, divididos em quatro categorias: mobilidade, meio ambiente, renovação urbana e social (ver Quadro 1).

**Quadro 1: Projetos Municipais do Plano de Políticas Públicas dos Jogos Olímpicos**

	TEMA	PROJETOS
MOBILIDADE	VLT DO PORTO	VLT do Porto
	BRT TRANSOLIMPICA	Via Expressa
		Conexão Magalhães bastos - Deodoro

		Desapropriações BRT Transolímpica
	BRT TRANSOESTE	Trecho 0 - Integração metrô linha 4
	DUPLICAÇÃO ELEVADO DO JOÁ	Construção de complexo viário com túneis, elevado e pontes
	VIÁRIO DA BARRA	Duplicação Salvador Allende e Abelardo Bueno, Terminal olímpico BRT
<b>MEIO AMBIENTE</b>	REABILITAÇÃO AMBIENTAL DE JACAREPAGUÁ	Macrodenagem de Jacarapagua fase 1
	SANEAMENTO ZONA OESTE	Saneamento da bacia do Marangá
<b>RENOVAÇÃO URBANA</b>	PORTO MARAVILHA	Porto Maravilha fase 2
	CONTROLE DE ENCHENTES DA GRANDE TIJUCA	Construção dos reservatórios de retenção
		Desvio do rio Joana
	ENTORNO DE INSTALAÇÕES OLÍMPICAS	Requalificação urbana do entorno do Estádio João Havelange
<b>SOCIAL</b>	PROGRAMAS EDUCACIONAIS	Montagem de 4 escolas na Arena de Handbol

Fonte: Plano de Políticas Públicas.<sup>3</sup>

A ideia contida no Plano de promover melhorias nas condições de vida do carioca e seus visitantes, tornando a cidade mais justa, integrada e desenvolvida, não foi executada em sua plenitude. Após a realização dos Jogos Olímpicos de 2016, o Rio de Janeiro fechou o ciclo dos megaeventos e mesmo com o apoio do setor público e

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/legado/plano-de-politicas-publicas>. Acesso em: 30 mar.2019.

privado, ainda existem obras inacabadas e populações desamparadas, mostrando que nem tudo deu certo. A escalada da violência, a Baía de Guanabara sem perspectiva de melhora, as remoções com cunho especulativo e as lagoas da Barra e Jacarepaguá, ainda poluídas, são retratos realistas da oportunidade perdida pela cidade do Rio de Janeiro.

Ao mesmo tempo, o legado está à vista. A mobilidade urbana melhorou, o Centro e a Zona Portuária não são mais os de outrora, apesar de já haver falta de conservação em algumas instalações.

Dados da CET-Rio mostram que a velocidade média nas vias monitoradas aumentou após as intervenções. A velocidade média constatada em 2017 é de 33,5 km/h, o que representa um aumento de 8,3% em comparação com os 30,9km/h registrados em 2013, ano em que foram derrubados os primeiros pilares da Perimetral. Muitos dos cidadãos cariocas que ainda passam horas do dia em engarrafamentos sabem que essa melhora não pode ser considerada uma vitória definitiva, mas é perceptível a mudança no fluxo viário, com obras como a duplicação do Elevado do Joá e a criação dos túneis Marcelo Alencar e Rio 450 (Ramalho e Galdo, 2017).

O legado que pode ser considerado de pior aproveitamento, sem dúvidas, é o da área ambiental. Dos nove projetos da área elencados no Plano de Políticas Públicas, considerando as três esferas de governo, apenas 17 ecobarreiras instaladas para conter o lixo de chegar a Baía de Guanabara estavam funcionando plenamente em 2017, um ano após a realização dos Jogos. Fato este que contribui para que a não despoluição da Baía de Guanabara seja considerada uma das maiores frustrações do legado. O restante das obras de saneamento ligadas à lagoa da Barra e Jacarepaguá não tiveram sequência. Além disso, os ecobarcos que atuavam para minimizar os impactos dos macro resíduos na região estão fora de operação, graças à crise financeira do estado. O pior é que a Secretaria Estadual de Meio Ambiente não aponta nenhuma direção que possa solucionar e concluir seus cinco legados. Contudo, a Secretária Municipal de Conservação e Meio Ambiente, responsável pelas obras de saneamento da Bacia do Rio Marangá e de reabilitação da Bacia de Jacarepaguá, ambas na zona oeste, afirma que os projetos foram fracionados em etapas e estão parcialmente concluídos.

De forma geral, podemos dizer que o legado com maior destaque foi na área da mobilidade urbana e o de pior aproveitamento foi na área ambiental. Neste cenário, o turismo é um fenômeno obrigado a dialogar com todas as virtudes e fraquezas deixadas pelo ciclo dos megaeventos. A baixa taxa de ocupação hoteleira após os megaeventos é apenas uma face da oportunidade perdida pela cidade. Muito embora, existam outros fatores importantes que influenciam a demanda turística e a consolidação do Rio de Janeiro como cidade global após o período olímpico, como a falta de segurança pública e a ausência de políticas de promoção do Rio internacionalmente.



## CONCLUSÃO

A relação entre a cidade do Rio de Janeiro e o turismo é de longa data. Sua vocação natural vem sendo explorada e desenvolvida ao longo da evolução histórica vivida pela sociedade carioca.

O turismo quanto fenômeno socioespacial vem se modificando ao longo do tempo assim como a organização e gestão da cidade. O sistema hegemônico impõe mudanças nas relações em que o turismo se baseia, fazendo com que a forma em que a cidade é consumida seja alterada constantemente, ampliando o alcance a certos territórios, como a Barra da Tijuca, consolidando e modernizando outros já definidos como a Zona Sul e o Centro. Além disso, a adoção ao modelo de empreendedorismo urbano retrata o acirramento na competição entre as cidades a nível global atualmente.

Sendo assim, o Rio de Janeiro adere à tendência mundial das grandes cidades de buscar ser um centro catalisador de entretenimento, ressaltando seu capital simbólico como uma vantagem comparativa para se consolidar no cenário internacional dos megaeventos como afirma Harvey. A cidade busca assim retomar seu posto de principal destino turístico brasileiro.

Com isso, o turismo ganha relevância econômica por produzir dinamismo econômico e por impactar positivamente diferentes segmentos da cadeia produtiva local. Entretanto, entendemos que o fenômeno turístico não se resume ao viés econômico. Como exposto no presente trabalho, a definição do que é o fenômeno turístico é complexa e depende do ponto de vista do observador. Esta visão também se aplica quando tentamos mensurar os impactos econômicos da atividade turística por conta da complexidade e correlação entre diferentes atividades ligadas ao turismo.

Ademais, podemos dizer que o turismo em si é apenas uma atividade que compõe um espectro diverso de atividades produtivas que compõe a economia como um todo. E, por isso, está sujeito aos ciclos econômicos assim como as demais. Contudo, por ser uma atividade que gera divisas sem contra partida material, deve ser estimulada pelos agentes públicos e privados como alternativa à crise vivida atualmente no estado e na cidade.

A tentativa de expansão do território turístico na cidade expõe fragilidades de planejamento para um desenvolvimento sustentável de longo prazo. Ficando em questão como foram tomadas as decisões que nortearam as intervenções na malha estrutural da cidade e a quem elas realmente serviram.

O encerramento do ciclo de 10 anos de megaeventos na cidade com os dois maiores eventos esportivos do mundo, mostrou o poder de captação da cidade, mas também expôs a discrepância entre os legados deixados. Colocando em cheque se os megaeventos serviram realmente para o desenvolvimento socioeconômico da cidade ou se a cidade serviu apenas como cenário aos megaeventos.

Entretanto, é notório que houve avanços na estrutura e organização da cidade, principalmente na mobilidade urbana. Porém, no quesito ambiental, a sensação de oportunidade perdida é consenso entre especialistas, tendo a Baía de Guanabara como símbolo negativo desta narrativa.

Por fim, cabe analisar que mesmo com suas limitações no planejamento, execução e mensuração dos impactos, os megaeventos foram um marco importante para a história e para o turismo da cidade. Possibilitando o desenvolvimento, mesmo que não para toda a cidade, de infraestrutura, conhecimento no trato turístico e outros fatores que são de grande valia na busca da melhora do ambiente de negócios na economia carioca. Contrapondo, assim, ao cenário de crise econômica e de segurança pública que assola nosso estado e cidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIH RJ. Anuário Estatístico da Taxa de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro. 2016.

\_\_\_\_\_. Anuário Estatístico da Taxa de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro. 2014.

BARTHOLO, R.; BURSZTYN, I.; FRATUCCI, A.C.; ASSAD, L.T. 2016 o ano dos megaeventos esportivos e das grandes incertezas. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p.8- 10, abr. 2017.

BÔAS, Bruno. PIB do turismo no Rio caiu nos últimos anos mesmo com Copa e Olimpíada. Valor. 2017. Disponível em: <https://www.valor.com.br/empresas/5200973/pib-do-turismo-no-rio-caiu-nos-ultimos-anos-mesmo-com-copa-e-olimpiada> . Acesso em: 31 mar.2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico do Turismo. Brasília. 2016.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico do Turismo. Brasília. 2014.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. *In*: VELHO, Gilberto. Antropologia Urbana. Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_. A natureza turística do Rio de Janeiro. *In*: BANDUCCI JUNIOR, Álvaro e BARRETTO, Margarita. Turismo e identidade local. Uma visão antropológica. Campinas: Ed. Papyrus, 2001.

CEPERJ. PIB do Estado do Rio de Janeiro apresentou queda de 4,1% em 2016. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=PIB+do+Estado+do+Rio+de+Janeiro+apresentou+queda+de+4%2C1%25+em+2016&oq=PIB+do+Estado+do+Rio+de+Janeiro+apresentou+queda+de+4%2C1%25+em+2016&aqs=chrome..69i57.803j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> , P. 1 Acesso em: 28 mar. 2019.

CLARK, Terry. Et. al. Amenities Drive Urban Growth. Journal of Urban Affairs. 2002, vol. 24, no. 5, p.493-515.

ELIAS, N.; DUNNING, E. A busca da excitação. Lisboa: DIFEL, 1992.

ECONOMIA do turismo : análise das atividades características do turismo 2003 / IBGE, Coordenação de Contas Nacionais. - Rio de Janeiro. IBGE. 2007.

ECONOMIA do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

FRATUCCI, Aguinaldo C. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. GEOgraphia, 2000.

\_\_\_\_\_.A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 310 págs. Tese. Doutorado em Geografia – Departamento de Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

FLORES DO VALLE, Maureen. Citius, Altius, Fortius. A Sustentabilidade e o Comitê Olímpico Internacional. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento) - Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

GUIA TOURING NACIONAL nº 4. Comemorativo do 4º centenário do Estado da Guanabara. Rio de Janeiro: Touring Club do Brasil, 1965.

GETZ, D. Festivals, Special Events and Tourism. New York: van Nostrand Reinhold, 1991.

HARVEY, David. A produção capitalista do espaço. Tradução Carlos Szlak. Coordenação. Antônio Carlos Robert Moraes. São Paulo: Annablume, 2005.

HALL, C.M. Theory. In: JAFARI, J. (Ed.). Encyclopedia of tourism. Londres/Nova York: Routledge, 2000.

IPEA. Textos para discussão. Impactos econômicos dos Jogos Rio 2016 no município e na região metropolitana do rio de janeiro. Rio de Janeiro. 2018.

KASIMATI, E. *Macroeconomic and Financial analysis of mega-events: evidence from Greece*. University of Bath, 2006.

LAGE, Beatriz H. Celas; MILONE, Paulo Cesar. Economia do Turismo. Campinas- SP: Papirus, 1991.

LA ROVERE, R; PUNZO, L.F. Inovações em turismo na economia do compartilhamento. In: TIGRE, P.B; PINHEIRO, A.O.M (Org). Inovação em Serviços na Economia do Compartilhamento. São Paulo: Saraiva. 2019. (no prelo).

MACHADO, Thiago Ramos. Para a “cidade maravilhosa”, um “plano maravilha”: uma leitura critica sobre produção da imagem turística e marketing urbano no Rio de Janeiro. 2004, 174f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Instituto do Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

MONTEIRO, Poliana; COSENTINO, Renato. Projeto, orçamento e (des)legados olímpicos – Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2017.

MORIM, E. Relier les connaissances, Le Seuil.1999. Em português: Religando os saberes.(coord.) Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

MULLINS, Patrick. Tourism urbanization. In. International Journal of Urban Regional Research. V.15, n.3. 1991.

O GLOBO. Rio é o estado que mais fechou postos de trabalho ligados ao turismo em 12 meses. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/rio-o-estado-que-mais->

fechou-postos-de-trabalho-ligados-ao-turismo-em-12-meses-22939142 . Acesso em: 31 mar. 2019.

PANOSSO NETO, Alexandre. Filosofia do Turismo. Teoria e epistemologia. São Paulo: Editora Aleph, 2005.

PANOSSO NETO, Alexandre; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo na America Latina: casos de sucesso. (Organizadores). - Assis: Triunfal Grafica e Editora, 2016.

Plano de Políticas Públicas. Rede Nacional do Esporte. Disponível em: <http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/legado/plano-de-politicas-publicas> . Acesso em: 05 abr. 2019.

PREUSS, Holger. The Economics of Staging the Olympics: a comparison of the Games 1972-2008. London: Edward Elgar, 2004.

\_\_\_\_\_. The Conceptualisation of Measurement of Mega Sport Event Legacies. Article in Journal of Sport Tourism · 2007.

RAMALHO,G. ; GALDO, R. Um ano após a Olimpíada, o que ficou de legado para o Rio. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/um-ano-apos-olimpiada-que-ficou-de-legado-para-rio-21666449> . Acesso em: 05 abr. 2019.

RABAHY, Wilson Abrahão. Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. – Barueri, SP: Manole, 2003.

ROCHE, M. Mega-Events and Urban Policy. Annals of Tourism Research, vol. 21, n.o 1, p. 1-19, 1994.

Rio pós 2016. Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2013-2016. Disponível em:[http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/2116763/4104304/planejamento\\_estrategico\\_1316.pdf](http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/2116763/4104304/planejamento_estrategico_1316.pdf) . Acesso em: 05 abr. 2019.

SASSEN, S. The Global City. Princeton University Press. Princeton. 1991.

SCHREINER, C. Estudos de casos internacionais de cidades inteligentes: Rio de Janeiro, Brasil. IDB Discussion Paper (Institutions for Development Sector. Fiscal and Municipal Management Division). 2016.

Texto para discussão. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília : Rio de Janeiro : Ipea , 2018.

THOMPSON, Edward. P. “Tempo, disciplina de trabalho e capitalismo industrial”.  
Costumes em comum. Estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 2005, p. 267 -304.

TOMÉ MACHADO, Marcelo de Barros. A modernidade no Rio de Janeiro:  
construção de um cenário para o turismo. Rio de Janeiro: Secretária Municipal das Culturas, Coordenadoria de Documentação e Informação Cultural, Gerência de Informação, 2008.